

学校编码: 10384 分类号__密级__

学号: X2011136027 UDC__

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

网络购物中消费者权益保护问题研究

The protection of consumer rights and interests in network
shopping

王美容

指导教师姓名: 王宇颖副教授

专 业 名 称: 公共管理 (MPA)

论文提交日期: 2015 年 月 日

论文答辩时间: 2015 年 月

学位授予日期: 2015 年 月

答辩委员会主席: _____

评阅人: _____

2015 年 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆☆ ☆☆☆

论文指导小组:

王宇颖	副教授
黄乔生	副书记
郝文杰	助理教授

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

近年来,随着电子信息技术飞跃式发展,网络购物以一种全新的购物形式出现,它以其方便、快捷、廉价的优势在电子商务交易领域蓬勃发展。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第33次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截止到2013年12月,中国的网民数达6.18亿,2013年中国网络购物用户规模达到3.02亿。

网络购物作为一种新的消费购物模式,在给消费者带来了极大便利,同时由于它具有虚拟性、开放性等特点,买卖双方没有面对面交易,因此在交易过程中难免出现纠纷,这给消费者权益保护带来了新的挑战。如何最大限度的保护网络购物过程中消费者的合法权益不受侵犯,并进而增加消费者通过网络购物的决心和信心,已逐渐成为推动网络购物的一个关键问题。

本文以网络购物过程中如何消费者合法权益保护作为研究对象,分析网络购物的概念、类型及特点,从知情权、公平交易权、安全保障权、赔偿权、隐私权等角度分析了网络购物中消费者被侵害的权利;网络购物的虚拟性、买卖双方信息不对称、快递服务水平低决定了消费者维权举证难、成本高;文中结合美、日、英、德及欧盟、经合组织、联合国国际贸易法委员会(UNCITRAL)、WTO等国家和组织在网络购物中消费者权益保护方面先进的经验以及实际案例分析,研究如何构建我国和谐网络交易平台,分别针对性的在立法、网络卖家、物流配送、纠纷解决机制、行政监督管理机制5个方面提出对策建议,从而切实形成一个全方位、系统化、多渠道保障网络购物过程中消费者合法权益的机制。

关键词: 网络购物; 消费者; 经营者

Abstract

In recent years, with the rapid development of network and information technology, the online shopping is quietly emerging, with its convenient, fast, low-cost development in the field of E-Business. According to the thirty-third "China Internet Development Statistical Report" from China Internet Network Information Center (CNNIC), there are 618,000,000 netizens and 302,000,000 online shopping users until December 2013.

As a new shopping mode, online shopping brings great convenience to the consumers. At the same time, due to its virtuality and openness, the buyers do not trade with the sellers face to face, thus it is hard to avoid disputes, which is a new challenge for the protection of consumers' right. How to protect the online buyers' right to the greatest extend, to increase the consumers' confidence of online shopping, have become a key problems to further promote online shopping.

In this paper, the protection of consumers' right during online shopping is chosen as the research object. The concept, type and characteristic of online shopping are studied, and the consumers' right to know, right of fair trade, right of security, right of claim and privacy are analyzed. The virtuality of online shopping, information asymmetry between buyers and sellers, and low level express service determine the difficulty of complaint and proof for consumers.

On the basis of successful experience on consumers' protection of online shopping in other developed countries (USA, Japan, Britain and Germany) and organization (EU, OECD, UNCITRAL and WTO) and practical cases, to study how to construct a harmonious online trade platform in our country. This paper's suggestions targeted legislation, sellers, logistics distribution, dispute resolution mechanisms and administrative supervision and management mechanism five aspects. So as to form a mechanism of all-round, systematic, multi-channel protect to the network shopping consumer rights and interests.

Key Words: Online Shopping; Manager; Consumer

目录

一、引言.....	1
(一) 选题背景.....	1
(二) 研究内容.....	2
(三) 研究方法.....	3
(四) 本文创新点.....	3
二、网络购物基本概况	5
(一) 网络购物的概念.....	5
(二) 网络购物的类型.....	5
(三) 网络购物的特点.....	6
三、网络购物国内外研究进展	9
(一) 国外网络购物研究进展.....	9
(二) 国内网络购物研究进展.....	12
四、网络购物中消费者权益保护的主要内容及存在的问题和原因..	16
(一) 网络购物中消费者权益保护的主要内容	16
(二) 网络购物中消费者权益保护存在的主要问题	19
(三) 网络购物中消费者权益被侵害的主要原因	21
五、国外先进网络购物消费者权益保护法律介绍	24
(一) 发达国家相关立法.....	24
(二) 国际先进组织立法.....	26
六、网络购物消费者权益侵害案例分析	29
(一) 案例一：团购电影票成“废纸”.....	30
(二) 案例二：卖家拒发“秒杀”商品.....	31
七、构建我国网络购物消费者权益保护体系的对策建议.....	33
(一) 立法方面，建立和完善电子商务法律法规	33

（二）卖家方面，严格规范网络经营者交易行为	35
（三）物流方面，构建规范统一的现代物流体系	36
（四）纠纷解决方面，建立保护网购消费者的争议解决机制	37
（五）行政监管方面，确立有利于网购消费者的司法救济原则	39
参考文献.....	41
致谢.....	45

Contents

1. Introduction	1
1.1 background	1
1.2 research contents	2
1.3 method	3
1.4 innovation points	3
2. The basic situation of online shopping	5
2.1 concept of online shopping	5
2.2 types of online shopping	5
2.3 features of online shopping	6
3. Development of online shopping in china and other countries	9
3.1 research progress of online shopping at abroad	9
3.2 research progress of online shopping in china	12
4. Main problems and reasons of consumer protection during online shopping ..	16
4.1 main contents of consumer protection during online shopping	16
4.2 main problems of consumer protection during online shopping	19
4.3 main reasons why consumers' right is infringed upon during online shopping ..	21
5. Introduction to advanced laws of consumers' right protection during online shopping at abroad	24
5.1 relevant legislation of developed countries	24
5.2 legislation of the international advanced organizations	26
6. Case analysis of consumer rights and interests online shopping	29
6.1 case 1: group purchase tickets become to "waste paper"	39
6.2 case 2: sellers refused to send "second killing" goods	31
7. Suggestion on construction of protection of consumers' right during online shopping in china	33
7.1 legislation: to establish and perfect the laws and regulations of e-business ..	33
7.2 sellers: strictly regulate the network operator transactions	35
7.3 logistics: to build a standardized and unified modern logistics system	36
7.4 dispute settlement: to establish dispute resolution mechanism to protect the online shopping consumers	37

7.5 administrative supervision: to establish a judicial relief principle conducive to the online shopping consumers.....	39
References.....	41
Acknowledgements... ..	.45

厦门大学博硕士论文摘要库

一、引言

（一）选题背景

随着信息技术的进步，尤其是互联网的出现和发展，网络购物这种新型的购物形式已悄然出现，并深入到社会各行各业，以及普通百姓家中，成为市场交易的一个重要组成部分。网络购物现已成为了一种新型的购物模式，它不仅为消费者诸多的便利与实惠，也为经营者提供了诸多便捷与成本节省。

中国互联网络信息中心（CNNIC）（China Internet Network Information Center）2014 年 1 月 16 日在京发布了第 33 次的《中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示^[1]，截止以 2013 年 12 月，我国的网民人数达 6.18 亿，互联网的普及率高达 45.8%，其中手机网民规模达 5 亿。2013 年，我国网购用户规模达到 3.02 亿元，使用率高达 48.9%，与 2012 年相比增长了 6.0 个百分点。在商务类应用中，网络团购市场的增长最为迅猛：2013 年团购用户数达 1.41 亿元，网络团购使用率为 22.8%，与 2012 年相比增长了 8.0 个百分点，使用率年增长速度达 54.3%，已成为商务类应用的一大亮点。

由于网络销售库存压力比较小、经营成本比较低、经营规模不受场地限制等原因，使得网络购物更加方便快捷、价格低廉。但是由于网络购物是虚拟的购物平台，其中还存在许多不诚信、侵犯消费者权益的行为，进而导致部分网络购物消费者信心有所下降，这已成为阻碍电子商务经济贸易进一步发展的主要障碍之一^[2]。

现阶段的网络购物过程中，消费者仍处于弱势地位，网购不仅存在法律真空，而且监管落后，加上与之相伴的维权过程繁琐，往往让消费者在维护自身合法权益时望而却步。如果涉及到消费者权益的问题没办法及时、合理的解决，消费者就会对网络购物的可靠性以及安全性产生怀疑，从而对网络购物缺乏耐心和信心，进而使电子商务活动失去活力^[4-6]。因而，网络购物中消费者权益保护问题应运而生。

（二）研究内容

电子商务在国外发展比较早，法律制度也相对成熟，早已形成了一套比较完整的消费者权益保护法律体系，这些成功的经验值得我国加以学习和借鉴，对完善我国的法律法规、政策环境都具有非常重要的指导意义，可以促进我国网络购物的和谐与健康发展。

本文利用文献检索和比较研究方法从网络购物基本概况为切入点，研究网络购物消费者权益保护的内容、网络购物中消费者权益保护存在的主要问题，并对其原因进行简要分析，对国际上发达国家和组织在网络购物过程中消费者合法权益保护的相关法律进行对比研究，最后对如何构建我国网络购物的消费者权益保护体系提出了一些的建议。具体内容如下：

第一部分，简述本文的研究背景、研究内容以及研究方法（比较研究法及文献检索法）和创新点。

第二部分，主要介绍网络购物的基本概念、企业与消费者（Business to Consumer, B2C）、消费者与消费者（Consumer to Consumer, C2C）2 种类型；介绍了网络购物的开放性、虚拟性、便捷性、低成本及无纸化 5 个基本特点。

第三部分，对国内外网络购物研究进展进行了综述。

第四部分，从知情权、交易公平权、安全保障权、赔偿权和隐私权 5 个角度重点介绍了网络购物中消费者合法权益被侵害的主要内容；阐述了网络购物过程中消费者权益保护主要存在的责任主体不明确、消费者举证困难、诉讼维权成本高 3 个主要问题；从买卖双方信息不对称、物流配送服务水平较低、行政部门监管滞后乏力 3 个方面分析了网络购物中消费者权益被侵害的主要原因。

第五部分，主要介绍了美国、日本、英国、德国 4 个发到市场经济国家和欧盟（EU）、经济合作与发展组织（OECD）、联合国国际贸易法委员会（UNCITRAL）和世界贸易组织（WTO）4 个国际经济组织在网络购物消费者权益保护方面的相关先进法律法规。

第六部分，用案例分析的形式展示网络购物在现实生活中出现的消费者权益受到侵害的事件。

第七部分，本文研究的结论，也是讨论和对策建议部分，提出了如何构建我

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”. Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库